

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dengan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak menurut Undang Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan (pasal 1 ayat 2). Sebagai salah satu budaya penting yang perlu ditanamkan saat ini adalah pentingnya bagi anak untuk mengenal pengelolaan keuangan sejak dini yang dimana kebiasaan anak sangat tergantung dari orang tuanya. Mereka akan mengikuti apa yang dilakukan orang tuanya, sehingga jika diamati seringkali orang tua akan memberikan edukasi kepada anaknya agar cerdas mengelola keuangan. Kegiatan menabung dapat melatih anak dalam mengelola keuangan secara bertahap sehingga pada saatnya nanti mereka dapat tumbuh menjadi masyarakat yang terampil dalam hal pengelolaan keuangan dan pada akhirnya akan mencapai kesejahteraan keuangan. Kebiasaan menabung, akan membuat anak belajar untuk mengendalikan sifat konsumtifnya. Selain itu, orang tua juga perlu memahami pentingnya menabung, yang bukan sekedar kewajiban tapi bisa dijadikan sebagai bagian dari gaya hidup dan mengajarkan anaknya mengenal tabungan sejak dini.

Otoritas Jasa keuangan (OJK) mengeluarkan produk Simpanan Pelajar (SimPel/SimPel iB) sejalan dengan program pemerintah sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan

Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2015 – 2019. Salah satu sasaran keuangan inklusif dalam Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yaitu kelompok Pelajar, dan Pemuda Kelompok pelajar atau siswa memiliki potensi yang besar untuk peningkatan inklusi keuangan. Adanya kebutuhan produk keuangan berupa tabungan dengan karakteristik dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan kelompok pelajar/siswa. SimPel/Simpel iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini, dalam rangka peningkatan literasi dan inklusi keuangan. Salah satu yang memiliki produk Tabungan SimPel/simple iB yaitu Bank Syariah Bukopin, setiap bank memiliki strategi masing-masing untuk memasarkannya. *Marketing* adalah suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memasarkan produk, baik barang ataupun jasa, dengan berbagai cara agar produk tersebut disukai dan digunakan oleh khalayak luas. Dengan begitu strategi pemasaran sangatlah penting untuk meningkatkan daya tarik pada produk tabungan tersebut dan strategi untuk membedakan dengan bank lainnya yang sama memiliki produk Tabungan Simpel/Simpel iB. Salah satu usaha yang dilakukan Bank Syariah Bukopin agar tetap bersaing di tengah perkembangannya dunia keuangan saat ini adalah pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan para nasabah yang memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dengan memberikan hasil pengelolaan yang kompetitif, dan aman. Seiring dengan banyaknya perubahan yang terus terjadi di masyarakat, maka Bank Syariah Bukopin mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja agar tetap berkembang di tengah-tengah bank yang

memiliki produk yang sama. Untuk itu, sebelum memperkenalkan produk, pihak Bank Syariah Bukopin harus mengenal kebutuhan dan kondisi dari para nasabah maupun calon nasabahnya. Setelah itu, baru memperkenalkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam kegiatannya, bagian pemasaran mempunyai tugas dan tanggung jawab yang sangat luas. Antara lain mencari sumber-sumber dana, dan mencari calon nasabah. Menyadari tingkat pesaing semakin tinggi dan kondisi ekonomi yang tidak stabil, maka Bank Syariah Bukopin secara terus menerus memperbaiki manajemennya yaitu dengan merubah strategi bisnisnya.

Berdasarkan uraian tersebut maka diperoleh judul tugas akhir “Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel di Bank Syariah Bukopin Cabang Yogyakarta”

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan dasar pemikiran di atas maka tujuan dari magang adalah:

- 1) Untuk mengetahui produk tabungan SimPel di Bank Syariah Bukopin cabang Yogyakarta
- 2) Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan SimPel dan kendala pemasaran di Bank Syariah Bukopin cabang Yogyakarta

1.3 Target Magang

Adapun target magang yang diharapkan sebagai berikut:

- 1) Mengetahui produk tabungan SimPel di Bank Syariah Bukopin cabang Yogyakarta

- 2) Mengetahui strategi pemasaran produk tabungan SimPel dan kendala pemasaran di Bank Syariah Bukopin cabang Yogyakarta

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang dilakukan di Bank Syariah Bukopin cabang Yogyakarta yaitu dibidang makerting (*Relationship Officer*). (*Relationship Officer*) mempunyai tugas berupa memberikan informasi terkait produk, menjalankan tugas sebagai *marketing* dan membina hubungan dengan konsumen.

1.5 Lokasi Magang

Nama Perusahaan : Bank Syariah Bukopin Cabang Yogyakarta
 Alamat Perusahaan : Jl. MT. Haryono No.7, Suryodiningratan, Kec
 Mantriheron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa
 Yogyakarta
 Nomor telepon : (0274) 387713
 Kode Pos : 55141

1.6 Jadwal Magang

Kegiatan magang pada periode 1 Maret 2019 – 1 April 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal Magang Periode 1 Maret 2019 – 1 April 2019.

Jadwal Magang																	
No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Magang															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan kegiatan magang	■	■	■	■												
2	Pelaksanaan kegiatan magang					■	■	■	■								
3	Bimbingan laporan magang					■	■	■	■	■	■	■	■				
4	Penyusunan laporan magang									■	■	■	■				
5	Ujian komprehensif													■	■	■	■
6	Ujian sidang tugas akhir													■	■	■	■

1.7 Sistematis Penulisan

Sistematika merupakan pembahasan secara garis besar laporan magang yang terdiri dari empat bab yaitu:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul yang diambil dan berfungsi sebagai dasar penjelasan dari judul.

Bab III : Analisis Deskriptif

Bab ini berisi tentang data umum perusahaan yakni sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan data khusus yang berhubungan dengan judul laporan.

Bab IV : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari kajian hasil magang yang sudah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil kajian